

**FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA – UNIR
CAMPUS PROFESSOR FRANCISCO GONÇALVES QUILES
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

VANESSA DE SOUZA SANTOS

**MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO COMO FERRAMENTA PARA
INDICAR AS LINHAS QUE OFERECEM MAIOR MARGEM
UNITÁRIA: O CASO DE UMA INDÚSTRIA DE CONFECÇÕES EM
CACOAL, RO.**

**Trabalho de Conclusão de Curso
Artigo Científico**

Cacoal – RO
2014

VANESSA DE SOUZA SANTOS

**MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO COMO FERRAMENTA PARA
INDICAR AS LINHAS QUE OFERECEM MAIOR MARGEM
UNITÁRIA: O CASO DE UMA INDÚSTRIA DE CONFECÇÕES EM
CACOAL, RO.**

Artigo de Conclusão de Curso apresentado à
Fundação Universidade Federal de Rondônia –
UNIR – *Campus* Professor Francisco
Gonçalves Quiles como requisito parcial para
obtenção do grau de Bacharel em Ciências
Contábeis.

Orientador: Prof. Ms. Adriano Tumelero.

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA – UNIR
CAMPUS PROFESSOR FRANCISCO GONÇALVES QUILES
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

O artigo intitulado “Margem de contribuição como ferramenta para indicar as linhas que oferecem maior margem unitária: o caso de uma indústria de confecções em Cacoal, RO”, elaborado pela acadêmica Vanessa de Souza Santos, foi avaliado e julgado aprovado em 18 de fevereiro de 2014, pela banca examinadora formada por:

Professora: Ms. Adriano Tumelero
Presidente

Professora: Dr. Estela Pitwak Rossoni
Membro

Professor: Ms. Liliane Maria Nery Andrade
Membro

Média

Dedico este estudo à minha família, em especial aos meus queridos pais, em especial a minha irmã Vania, que sempre me motivou e apoiou no decorrer da minha vida, proporcionaram-me, além de extenso carinho e amor, os conhecimentos da integridade, da perseverança e de procurar sempre em Deus à força maior para o meu desenvolvimento como ser humano. Obrigado pela dedicação incondicional que muito contribuiu na minha formação.

Agradeço a Deus em primeiro lugar por me proporcionar a realização de um sonho. A minha família pelo auxílio constante e incansável durante esses quatro anos. Ao Jefferson, uma pessoa especial, que me incentivou e me apoiou em todos os momentos. Aos meus colegas e amigos especialmente Jéssica, Rosangela, Raul, Edelson e Bruna, pelos momentos de convívio risos compartilhados que ficaram na memória, com vocês os obstáculos dessa caminhada foram ultrapassados, vocês fizeram toda a diferença. A empresa que me recebeu de portas abertas, não se negou a passar informações e dados para o melhor resultado da pesquisa. Ao meu professor Adriano Tumelero, que em meio a tantas viagens com disposição e empenho orientou-me nessa jornada. Soube conduzir o trabalho com êxito. Obrigada pela dedicação e por tantas contribuições. Meu respeito e admiração. A todos os professores que contribuíram para a minha formação.

“Esforça-te, e tem bom ânimo; não temas, nem te espantes; porque o Senhor teu Deus é contigo, por onde quer que andares”.

Josué

1:9.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO COMO FERRAMENTA PARA INDICAR AS LINHAS QUE OFERECEM MAIOR MARGEM UNITÁRIA: O CASO DE UMA INDÚSTRIA DE CONFECÇÕES EM CACOAL, RO.

Vanessa de Souza Santos¹

RESUMO: Com a alta competitividade no mercado, as empresas procuram buscar métodos e estratégias para conseguir fidelizar e conquistar novos clientes. Um aspecto muito importante é a Margem de Contribuição – MC que cada produto oferece à receita total, pois, essa margem unitária quando analisada com o volume evidencia a lucratividade que cada produto ou linha participa na empresa. Isso permite que a empresa possa estabelecer metas de venda. Ao identificar os custos de um produto é possível fazer uma análise criteriosa para tentar minimizá-los e consequentemente aumentar sua margem de contribuição, proporcionando à empresa uma lucratividade maior. Com base nessas ideias, o artigo objetivou realizar um estudo de caso em uma indústria de confecções no município de Cacoal, RO, mais especificamente uma análise das linhas de produtos para identificar quais são as linhas que proporcionam maior margem de contribuição. A metodologia adotada foi um estudo de caso exploratório com variáveis qualitativas. Após a obtenção dos dados e análise, observou-se que a linha com maior margem de contribuição para a empresa é a de vestidos, sendo superior à linha de blusas e saias. Com o levantamento realizado, constatou-se também que, de forma geral, o custo maior que a empresa possui na produção de todos os produtos é o de matéria prima.

Palavras-chave: Análise de Custo. Rentabilidade. Indústria de Confecções. Margem de Contribuição.

1 INTRODUÇÃO

A necessidade de se destacar no mercado altamente competitivo leva as empresas a aprimorarem cada vez mais a qualidade de seus produtos para obtenção de mais clientes, e a fidelização dos mesmos. Um aspecto muito importante é a Margem de Contribuição – MC que cada produto oferece à receita total, pois, essa margem unitária quando analisada com o volume evidencia a lucratividade que cada produto ou linha participa na empresa. Isso

¹ Acadêmica concluinte do curso de Ciências Contábeis da Fundação Universidade Federal de Rondônia – Campus Professor Francisco Gonçalves Quiles, com TCC elaborado sob a orientação do Professor Ms. Adriano Tumelero.

permite que a empresa possa estabelecer metas de venda.

O custo é objeto de estudo em várias empresas, pois buscam a melhoria de sua produção, visando identificar a incidência sobre o valor do produto e, ao visualiza-los, buscam a redução, para que ela obtenha sempre uma margem de lucro maior.

A análise de custos é uma ferramenta estratégica no processo de tomada de decisões, o que o torna indispensável na execução de tarefas gerenciais, tais como formação de preços, otimização da produção, valorização de estoque, entre outros (GUIMARÃES NETO, 2008). Neste contexto, nota-se a importância do conhecimento dos custos, sejam eles fixos ou variáveis, tornando-se fonte de tomadas de decisões para os gestores da empresa.

O estudo foi realizado em uma indústria no ramo de confecções em Cacoal/RO, foi analisada a área de custos, sejam eles fixos ou variáveis em relação à linha mais produtiva, e que proporciona maior rentabilidade a empresa. As linhas que a empresa trabalha são: vestidos, blusas, saias, shorts, e calças. Como a empresa trabalha com coleções durante o ano, estará sendo analisando apenas uma coleção dessa empresa a coleção 4/2013.

Desta forma o objetivo da pesquisa foi realizar um estudo de caso em uma indústria de confecções em Cacoal/RO, mais especificamente uma análise de custos. Por meio deste estudo esperava-se verificar a linha mais lucrativa para a instituição aplicando a análise de custo com dados obtidos pelo custeio variável.

Com a obtenção dos dados a partir do custeio variável pode-se identificar por meio da Margem de Contribuição – MC quais são as linhas mais produtivas unitariamente, pois não foi possível o calcular a lucratividade da linha em razão de não ter os dados sobre o volume de produção e venda. Dessa forma, este trabalho se limita a estudar e calcular a Margem de Contribuição unitária de todos os produtos das linhas de produção da indústria de confecção em estudo por meio da aplicação do método de custeio variável.

A margem de contribuição obtida por meio do custeio variável é muito relevante na tomada de decisão, pois a partir da margem de contribuição os administradores podem obter informações sobre a lucratividade, produtividade e ponto de equilíbrio e decidir se reduzem ou aumentam a produção de determinado produto; definir preços, serviços e produtos e linhas de produtos (CREPALDI, 2011).

No trabalho identificou-se os produtos por linha que oferecem maior Margem de Contribuição para a empresa. Verificou-se quais são os custos fixos e variáveis da linha de produção que incidem sobre o valor final do produto, identificando qual é a linha mais

produtiva e que geram à empresa maior lucratividade em comparação as outras linhas de produtos no mesmo segmento. Foi necessário classificar os custos por volume de produção, porém os custos fixos não são associados aos produtos em razão da utilização do método de custeio variável no qual os custos fixos devem ser levados a resultado juntamente com as despesas fixas.

Este trabalho justifica-se pela necessidade da identificação dos custos para minimiza-los e posteriormente aumentar o lucro. Ao verificar a linha mais produtiva, o administrador poderá utiliza-la como parâmetro para melhorar as outras linhas de produção.

É importante para o conhecimento social e acadêmico, pois se acredita que este trabalho servirá de consulta para desenvolvimento de outros, como também, para conhecimento e identificação das necessidades em outras empresas que desejam verificar e analisar seus custos, para sanar possíveis dificuldades.

Foi realizada pesquisa de natureza aplicada, pois objetivou solucionar e evidenciar um problema concreto que é o cálculo da Margem de Contribuição para fins de tomada de decisão, com abordagem qualitativa, pois a complexidade do problema foi descrita sem envolver manipulação de variáveis ou estudos experimentais, e quanto aos objetivos classifica-se como bibliográfica e de campo, de caráter exploratório, utilizando-se do estudo de caso, como procedimento técnico. A população escolhida foi uma indústria no ramo de confecções no município de Cacoal/RO, situado a 479 km de Porto Velho, capital do estado, possui área de 3.792,638 km², com aproximadamente 78.958 habitantes, segundo dados do IBGE de 2011. Os dados foram obtidos por meio de visitas exploratórias, onde foram coletados e posteriormente analisados e interpretados. A escolha desta população deu-se pelo fato da empresa possuir um programa de custo já detalhado onde a coleta será realizada a partir das informações disponíveis na ficha de custo de cada produto.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CONTABILIDADE DE CUSTO COMO FERRAMENTA DE GESTÃO

A visão dos administradores para a contabilidade esta se modificando, pois, eles já são capazes de utilizar os demonstrativos como ferramentas para a gerencia da empresa,

assim, passando de um olhar crítico, onde acreditava-se que ela servia apenas para atender exigências do fisco afirma Zanluca (2013).

A contabilidade é uma ferramenta indispensável para a gestão de negócios. De longa data, contadores, administradores e responsáveis pela gestão de empresas se convenceram que amplitude das informações contábeis vai além do simples cálculo de impostos e atendimento de legislações comerciais, previdenciárias e legais.

De acordo com Pedrosa (2006) pode-se dizer com justiça, que a contabilidade é a verdadeira alma do negócio. Com todos esses benefícios irrefutáveis, não se poderá dizer que a contabilidade é apenas burocracia, tudo é uma questão de visão, ou de oftalmologia.

A contabilidade de custo é uma ferramenta muito utilizada pelos administradores/gestores das empresas, auxiliando na tomada de decisão. Segundo Derbeck e Nagy (2001, p. 13), “a contabilidade de custos fornece os dados detalhados sobre custos que a gestão precisa para controlar as operações atuais e planejar para o futuro”.

Segundo Jiambalvo (2002, p. 141) “[...] antes de tomar uma decisão, os gerentes precisam ter um entendimento profundo das informações de custos que são relevantes”.

Para que os demonstrativos sejam eficazes e precisos, faz-se necessário que a empresa possua sistemas eficientes e que gerem informações precisas e concretas, para que não haja falhas.

Zanluca (2013) destaca que “a contabilidade gerencial não ‘inventa’ dados, mas lastreia-se na escrituração regular dos documentos, contas e outros fatos que influenciam o patrimônio empresarial”.

2.2 ANÁLISE DE CUSTO

A análise de custos tem por finalidade indicar os melhores caminhos a serem percorridos no dia a dia da gestão profissional de um negócio. A falta de informações precisas, adicionada à falta de uma análise de custos e resultados, nos dias atuais, pode resultar no fim do negócio. (SANTOS, 2005).

Martins (2003) acrescenta que, com o mercado cada vez mais globalizado, a contabilidade de custos passou a ser uma importante ferramenta de gestão, já que, nesse contexto, ela exerce funções em vários departamentos, tomada de decisões, formação de preços de vendas ou opções de compra e produção e seus impactos nos resultados; como

também no auxílio ao controle, comparando e acompanhando valores e orçamentos nas operações.

2.3 CUSTO E METODOS DE CUSTEIO

Custo é o somatório dos bens e serviços consumidos ou utilizados na produção de novos bens ou serviços, traduzidos em unidades monetárias (NASCIMENTO, 2001).

O custo é medido pelo valor corrente dos recursos econômicos consumidos ou a serem consumidos na obtenção dos bens ou serviços a serem utilizados nas operações - ou seja, trata-se do valor de troca (HENDRIKSEN e VAN BREDA 1999, p. 235).

Os métodos de custeio objetivam identificar os gastos acumulados referentes ao processo produtivo dos produtos. Existem diversos tipos de métodos, destacando alguns mais conhecidos: Método dos Centros de Custo (RKW), Método da Unidade de Esforço da Produção (UEP), Método Baseado em Atividades (ABC) e Custeio Variável/Direto (MARTINS, 2003).

Geralmente o método RKW, consiste na utilizado em empresas que produzem mais de um produto, neste método a alocação dos custos fixos aos produtos precisa de maiores considerações, necessitando técnicas e métodos mais sofisticados. O custeio RKW é a união de todos os tipos de custos, despesas dos produtos a serem vendidos pela empresa, onde se define um número médio para as unidades, minimizando os gastos totais da empresa, auxiliando o gerenciamento dos números (MARTINS, 2000).

Outro método em controle de custos utilizado é o UEP, o objetivo básico é transformar a matéria-prima em produto final. Mas para que isso aconteça é necessário realizar uma série de esforços que envolvem máquinas, equipamentos e também esforço humano (MATTOS, 2004).

O método UEP é baseado na unificação da produção de empresas multiprodutoras. Desta forma, é dada a definição de uma unidade comum a todos os artigos da empresa (BORNIA, 2002).

Já o Custeio Baseado na Atividade, ABC é capaz de diminuir as imperfeições no trato dos custos indiretos, assim, possibilita um melhor controle e gerenciamento de recursos. Por sua lógica de funcionamento permitiu uma ligação entre o produto e a atividade sem a necessidade de rateio (VIANA 2005).

Outra vantagem do custeio ABC é o fato de ele ser utilizado como uma ferramenta gerencial. Desta forma ele estimula e suporta a melhoria contínua dos processos, da qualidade, dos parâmetros de desempenho da empresa e também das próprias pessoas (VIANA 2005).

Segundo Martins (2000, p. 112): “o ABC é uma ferramenta que permite melhor visualização dos custos através da análise das atividades executadas dentro da empresa e suas respectivas relações com os produtos”.

Para Martins (2003, p. 198), “no custeio variável, só são alocados aos produtos os custos variáveis, ficando os fixos separados e considerados como despesas do período, indo diretamente para o resultado; para os estoques só vão, como consequência, custos variáveis”.

2.4 CUSTEIO VARIÁVEL

O método de custeio variável/direto, o custo dos produtos integra somente os custos diretamente relacionados e identificáveis ao processo de fabricação ou aos produtos derivados desse processo. De acordo com Maher (2001, p. 360), “no custeio variável, apenas os custos variáveis de produção são atribuídos às unidades produzidas; os custos fixos de produção são considerados despesa do período”.

Os custos variáveis são os que sofrem variação na mesma proporção que o volume de produção ou outra medida de atividade sofreu no período. Vale ressaltar que os custos variáveis sofrem, no médio prazo pelo menos, o impacto de economias e deseconomias de escala (IUDÍCIBUS, 1995).

2.5 ANÁLISE DE CUSTO/VOLUME/LUCRO

Horngren *et al* (1999) citam que a Análise de Custo/Volume/Lucro é uma das mais básicas ferramentas de avaliação utilizadas pelos gerentes. Essa análise examina as receitas e custos totais, dos resultados das operações decorrentes de mudanças ocorridas nos níveis de saídas, ou seja, vendas, de preços de venda, custos variáveis por unidade ou custos fixos.

A análise da relação custo-volume-lucro é utilizada para analisar os impactos causados pelas alterações dos volumes de produção em relação aos custos, as receitas e nos lucros da organização. Essa técnica é exaustivamente utilizada no planejamento pelo fato de fornecer respostas como: A que volume de operações as receitas e os custos se igualam? Que lucro vai ser ganho caso a empresa apresente um acréscimo de 5% nos volumes de vendas? Que volume é necessário para a empresa apresentar um lucro de R\$ 10.000,00? (MORSE e ROTH, 1986).

Iudícibus (1996) afirma que “a Análise da Relação Custo/Volume/Lucro - CVL representa uma das técnicas mais antigas e eficientes da análise de Custo. Essa análise diz respeito ao estudo das inter-relações entre quatro fatores, isto é, inter-relações entre custo, receita, lucro e volume”.

Como essa ferramenta é utilizada como parâmetro para a tomada de decisão e as consequências implicam no futuro da instituição esse tipo de análise é fundamental para o planejamento e gestão das organizações (Costa e Silva, 2008).

A análise do CVL é uma ferramenta valiosa para calcular o impacto de preços, custos e volume sobre o lucro operacional. Uma importante dimensão do trabalho da administração é gerenciar cada variável que afeta o lucro operacional, para aumentar a lucratividade da companhia (MAHER, 2001). Porém, para obtenção da lucratividade é necessário a análise CVL, pois o volume de venda multiplicado pela margem de contribuição é que permitirá conhecer a lucratividade.

2.5.1. Margem de Contribuição

Para se realizar a análise custo/volume/lucro é necessária a obtenção da margem de Contribuição que de acordo com Martins (2003, p. 128), “[...] Margem de Contribuição por Unidade, que é a diferença entre o preço de venda e o Custo Variável de cada produto; é o valor que cada unidade efetivamente traz à empresa de sobra entre sua receita e o custo que de fato provocou e que lhe pode ser imputado sem erro”.

O Crepaldi (2011, p. 127-128) ressalta a importância da classificação dos custos em fixos e variáveis afirma que “[...] do ponto de vista da análise da margem de contribuição, as despesas são classificadas como fixas ou variáveis. Os custos variáveis são deduzidos das vendas para obter a margem de contribuição”.

A margem de contribuição unitária pode ser obtida subtraindo-se os gastos variáveis do preço de venda e segundo Perez Jr, Oliveira e Costa (2003, p. 190), a margem de contribuição unitária é obtida conforme Quadro 1.

Quadro 1 – Cálculo da Margem de Contribuição.

$$MC = PV - (CV - DV)$$

onde:

MC = a margem de contribuição;
 PV = preço de venda;
 CV = soma dos custos variáveis;
 DV = soma das despesas variáveis.

Fonte: Perez Jr, Oliveira e Costa (2003, p. 190).

A margem de contribuição segundo Maher (2001, p.82), caracteriza-a como a “diferença entre o preço de venda unitário e os custos variáveis unitários. Interprete a margem de contribuição como a quantia disponível para cobrir os custos fixos e gerar lucro”. Nesse aspecto, a margem de contribuição é vista como um elemento importante para os gestores, ao permitir avaliar a contribuição dos produtos para cobrir os custos.

Atkinson *et al.* (2000, p.193) afirmam que a diferença entre o preço de venda e o custo variável por unidade é definida como margem de contribuição unitária. "Se aumentarmos a produção e a venda em uma unidade, a receita de vendas aumentaria pelo montante do preço de venda e os custos aumentariam pelo montante do custo variável por unidade".

2.6 RENTABILIDADE E LUCRATIVIDADE

Para começar um negócio as empresas precisam de recursos, que podem se originar de capitais próprios ou de terceiros.

Marion (2006, p. 45) destaca que:

Para que a empresa comece a operar de fato, ela precisa de capital (dinheiro, bens, recursos). O capital próprio é os recursos dos próprios sócios ou acionistas (Fonte Interna de Capital) e capital de terceiros, recursos de indivíduos ou entidades emprestados à empresa (Fonte Externa de Capital).

Dessa forma, esses recursos que são investidos em determinado empreendimento, espera que tragam benefícios futuros (lucros) para seus investidores.

De acordo com Matarazzo (2003), os índices de rentabilidade mostram qual a rentabilidade dos capitais investidos, isto é quanto renderam os investimentos e, portanto, qual o grau de êxito econômico da empresa. Mas Gitman (2004, p. 52) destaca que existem inúmeras medições de rentabilidade. Ele acredita que:

Como grupo, essas medições permitem ao analista avaliar os lucros da empresa em relação a certo nível de vendas, a certo nível de ativos ou ao volume de capital investido pelos proprietários. Sem lucros uma empresa não poderia atrair capital externo. Os proprietários, credores e administradores preocupam-se muito com lucro, pois isso é visto como algo muito importante no mercado.

Percebe-se, portanto, a importância de conhecermos as principais medições de rentabilidade, uma vez que estas permitem ao analista avaliar os lucros da empresa tendo como base vários aspectos relacionados a suas atividades. Para Matarazzo (1997, p. 152) “a rentabilidade da empresa é revelada por quatro índices: Giro do Ativo, Margem Líquida, Rentabilidade do Ativo e Rentabilidade do Patrimônio Líquido, estes revelam a rentabilidade os capitais investidos, isto é, quanto rendeu os investimentos e, portanto, qual o grau de êxito econômico da empresa”.

Vale ressaltar, que para obtenção da lucratividade e da rentabilidade por meio dos índices propostos por Matarazzo (1997) é necessário que o analista esteja de posse de pelo menos duas peças contábeis: o Balanço Patrimonial-BP e a Demonstração do Resultado do Exercício-DRE.

A Lucratividade é um indicador de eficiência operacional obtido sob a forma de valor percentual e que indica qual é o ganho que a empresa consegue gerar sobre o trabalho que desenvolve. Ou seja, para calcular a lucratividade é necessário dividir o lucro apurado na DRE pelas vendas e multiplicar por 100 e a rentabilidade estão relacionados ao retorno do investimento obtido a partir da divisão referido lucro pelo capital investido no Ativo e multiplicado por 100 (SEBRAE 2011).

3 METODOLOGIA

A pesquisa classifica-se quanto à natureza como aplicada, tendo como caráter abordagem exploratória e descritiva do qual o procedimento abordado foi pesquisa bibliográfica, levantamento e estudo de caso.

O instrumento utilizado na coleta de dados foi a entrevista por meio de visita ao estabelecimento em três momentos diferentes para realizar coleta dos dados de custo, esse dados de custos foram obtidos através da ficha de custo de cada produto, onde já está detalhado o valor de cada custo. Os dados foram obtidos dos relatórios operacionais da indústria e o método de custeio utilizado foi o variável/direto.

Foram realizados os cálculos da margem de contribuição de todos os produtos das linhas com auxílio de planilha eletrônica, mas isso não caracteriza a pesquisa como quantitativa, pois o método quantitativo estabelece hipóteses que exigem uma relação entre causa e efeito e apoia suas conclusões em dados estatísticos, conclusões e testes (LAKATOS, 2003).

O período de coleta de dados durou quinze dias, visto que após a obtenção dos dados foi necessário marcar uma entrevista informal com a proprietária com o intuito de obter mais informações sobre a coleção em estudo.

4 INDUSTRIA DE CONFECÇÕES

A indústria de confecções no Brasil tem aproximadamente cento e cinquenta anos, ao decorrer do tempo esse mercado cresce cada vez mais, alcançado assim até o mercado estrangeiro.

A História da confecção no Brasil, as primeiras indústrias de confecções surgiram no Brasil aproximadamente em 1860, sendo que em 1864 já funcionavam vinte fabricas, nas décadas seguintes esse mercado teve um crescimento acelerado chegando a empregar aproximadamente setenta e oito mil pessoas. O número de operários no ramo têxtil e de confecção triplicou no período de 1920 a 1940. Em 1958, foi fundada a Fenit, a primeira Feira Nacional da Indústria Têxtil, que aconteceu no Pavilhão Internacional do Parque do Ibirapuera, dando origem a dezenas de 8 outras feiras têxteis e de confecção espalhadas por

todo o território brasileiro. Desde então esse ramo vem crescendo no Brasil. No ano de 2007, 6ª posição como maior produtor de vestuário. É o 2º maior gerador do primeiro emprego e o 2º maior empregador da indústria de transformação - em 2010 foram registrados 1,7 milhões de empregados, dos quais o montante de 75% é constituído por mão de obra feminina. A população brasileira tem um perfil socioeconômico centrado nas classes C e D (68% da população), a principal fatia do mercado consumidor para os artigos de vestuário e Linha Lar está nas classes B e C, que respondem por 70% do consumo nacional. A classe A (6% da população) é a terceira maior fatia do mercado, com 18% do consumo nacional (SOUZA, 2013).

O mercado sofre variações em seu processo produtivo, pois, acompanha as tendências da moda, que se modificam em curtos períodos, gerando assim, mudanças drásticas na linha de produção.

4.1 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Fundada em 1994 na cidade de Cacoal/RO, uma das empresas mais tradicionais do segmento de moda feminina da região norte. O foco inicial das vendas era concentrado no estado. Hoje, com o reconhecimento, já está presente em lojas do Mato Grosso, Acre, Maranhão, Piauí e Bahia, além de Rondônia.

Seus produtos são confeccionados para um público feminino contemporâneo, exigente, atualizado com as tendências de moda e que não abre mão do conforto e praticidade.

A empresa produz cerca de trinta mil peças por coleções divididas nas linhas de produção, sendo as principais: vestidos, blusas, e saias, entretanto ela possui outras linhas que não principais: calças, casacos, *leagns* e *shorts*. Todas as peças produzidas na coleção são vendidas sem sobras, quando a empresa não consegue vender tudo um cliente da região faz o arremate dessas sobra, mesmo que seja pelo um preço inferior a empresa acredita que é uma boa opção, pois não fica com estoques ultrapassados. A empresa lança quatro coleções por ano, seguindo assim as tendências de cada estação do ano.

A maior linha de produtos é a de blusas nesta coleção especificamente foram confeccionados noventa e sete modelos, segundo a empresária cerca de 60% da produção total esta sobre essa linha.

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Diante da obtenção dos dados verificou-se que a empresa possui um eficiente sistema de controle de custo. Onde é possível identificar os dados de mão de obra, matéria-prima, acabamento entre outros.

Para a elaboração das tabelas a seguir foi utilizado o critério de seleção de três produtos mais rentáveis, e três menos rentáveis de cada linha de produção, para posteriormente uma melhor visualização da margem de contribuição.

Vale ressaltar que o objetivo inicial da pesquisa era analisar a rentabilidade e a lucratividade, porém tal objetivo tornou-se inexecutável em razão da pesquisadora não ter tido acesso ao Balanço Patrimonial-BP e a Demonstração do resultado do Exercício – DRE.

A lucratividade e a rentabilidade de uma empresa são obtidas por meio do cálculo do Giro do Ativo, Margem Líquida, Rentabilidade do Ativo e Rentabilidade do Patrimônio Líquido. (Matarazzo, 1997). E para o cálculo dos referidos índices é necessário que o pesquisador tenha acesso a duas peças contábeis: o Balanço Patrimonial-BP e a Demonstração do Resultado do Exercício-DRE, o que não ocorreu.

A lucratividade poderia ser obtida por outro caminho, no caso a partir da Margem de Contribuição – MC, mas necessitava do volume de venda que também não foi informado à pesquisadora.

Dessa maneira, a pesquisa limita-se a evidenciar a Margem de Contribuição unitária em valor e em percentual.

O método de custo utilizado para o cálculo foi o custeio variável, por se adequar melhor aos dados disponíveis para a utilização.

Após a obtenção dos dados os gastos variáveis foram subtraídos do preço de venda obtendo-se a Margem de Contribuição em valor e em percentual por linha.

Os custos variáveis são compostos pela matéria-prima, mão de obra direta e materiais de acabamento e as despesas variáveis correspondem aos impostos e comissões incidentes sobre as vendas. As tabelas com todos os cálculos estão apresentadas no Apêndice desse artigo e a Tabela 1 demonstra a composição do custo variável das linhas blusa, saia e vestido.

Tabela 1 – Composição do custo variável de alguns produtos das linhas blusa, saia e vestido.

Produto	Materia Prima	Mão de Obra	Acabamento	Custo variável
Blusa Beijo Doce Malha Vis UP	3,53	2,35	0,10	5,98
Blusa Beijo Doce Flame.Com	3,16	2,36	0,10	5,62
Blusa Beijo Doce Sttile	4,10	2,50	0,10	6,70
Blusa Beijo Doce Flame.Com Moledo 2	3,08	2,04	0,10	5,22
Saia Rosa Café Vis Up Light New	12,49	2,17	0,10	14,76
Saia Rosa Café Vis Up Light New Modelo 2	10,13	1,93	0,10	12,16
Saia Rosa Café Voil Nature	11,02	4,44	0,25	15,71
Saia Rosa Café Satin	6,90	3,88	0,25	11,03
Vestido Rosa Café Malha de Vis Up e Lantejoula	17,07	2,90	0,25	20,22
Vestido Rosa Café Bizantino	12,57	5,90	0,30	18,77
Vestido Rosa Café Malha Dirk Prime	10,90	4,34	0,10	15,34
Vestido Rosa Café Cotton Satin Span	11,92	5,40	0,25	17,57
Vestido Rosa Café Renda PD	7,87	2,91	0,25	11,03

Fonte: Elaborado pelo autor (2013).

A primeira coluna representa o nome dos produtos confeccionados pela empresa, a segunda coluna é o total de matéria prima que é a quantidade de tecido que é utilizado para a confecção da peça, mão de obra é calculado individualmente, levando em consideração o tempo gasto para a confecção de cada peça, de acordo com os apontamentos da produção e o acabamento são os retoques finais na peça, e por ultimo o custo variável total que é a soma dos materiais com a mão de obra.

Para o cálculo da Margem de Contribuição foi necessário obter o valor das despesas variáveis que somadas aos custos variáveis obtêm-se os gastos variáveis unitários. E segundo Perez Jr, Oliveira e Costa (2003, p. 190), “A margem de contribuição unitária pode ser obtida subtraindo-se os gastos variáveis do preço de venda”.

A Tabela 2 evidencia os custos variáveis unitários, as despesas variáveis unitárias, o total dos gastos variáveis e o cálculo da Margem de Contribuição em valor e em percentual de alguns produtos das linhas.

Tabela 2 – Demonstração do cálculo da margem de contribuição de alguns produtos das linhas blusa, saia e vestido.

Produto	Preço de venda	Custo total und	Despesas variáveis (impostos e comissões sobre vendas)	Gastos variáveis	Margem de Contribuição \$	Margem de Contribuição %
Blusa Beijo Doce Malha Vis UP	20,90	5,98	6,17	12,15	8,75	42%
Blusa Beijo Doce Flame.Com	19,90	5,62	5,88	11,50	8,40	42%
Blusa Beijo Doce Sttile	22,90	6,70	6,76	13,46	9,44	41%
Blusa Beijo Doce Flame.Com Moledo 2	18,90	5,22	5,58	10,80	8,10	43%
Saia Rosa Café Vis Up Light New	42,90	14,76	12,67	27,43	15,47	36%
Saia Rosa Café Vis Up Light New Modelo 2	34,90	12,16	10,31	22,47	12,43	36%
Saia Rosa Café Voil Nature	49,90	15,71	14,74	30,44	19,46	39%
Saia Rosa Café Satin	37,90	11,03	11,19	22,22	15,68	41%
Vestido Rosa Café Malha de Vis Up e Lantejoula	69,90	20,22	20,64	40,86	29,04	42%
Vestido Rosa Café Bizantino	69,90	18,77	20,64	39,41	30,49	44%
Vestido Rosa Café Malha Dirk Prime	59,90	15,34	17,69	33,03	26,87	45%
Vestido Rosa Café Cotton Satin Span	69,90	17,57	20,64	38,21	31,69	45%
Vestido Rosa Café Lace Crochet Foil	79,90	20,94	23,59	44,53	35,37	44%

Fonte: Elaborado pelo autor (2013).

A Tabela 2 representa de forma resumida o cálculo para conseguir visualizar a margem de contribuição. A margem de Contribuição em valor foi obtida subtraindo-se os gastos variáveis unitários por produto do seu preço de venda e a Margem de Contribuição em valor foi obtida dividindo-se a Margem de Contribuição em valor pelo preço de venda.

A partir daí foi possível identificar os produtos de cada linha que oferecem maior e menor, Margens de Contribuição em valor e em percentual. A Tabela 3 apresenta os referidos produtos por linha.

Tabela 3 – Produtos que oferecem maior e menor Margem de Contribuição por linha.

Produto	Preço de venda	Custo total und	Despesas variáveis (impostos e comissões sobre vendas)	Gastos variáveis	Margem de Contribuição \$	Margem de Contribuição %
Blusa Rosa Café Crep Print Santa Ines	35,90	6,95	10,60	17,55	18,35	51%
Blusa Rosa Café Elis	32,90	6,81	9,72	16,52	16,38	50%
Blusa Beijo Doce Cetin Mellow	21,90	4,53	6,47	10,99	10,91	50%
Blusa Rosa Café Renda PD	39,90	8,10	11,78	19,88	20,02	50%
Blusa Rosa Café Suplex	19,90	10,11	5,88	15,98	3,92	20%
Saia Rosa Café Cotton Satin Span Modelo 2	39,90	10,48	11,78	22,26	17,64	44%
Saia Rosa Café Ponto de Roma	39,90	14,11	11,78	25,90	14,00	35%
Saia Rosa Café Cotton Satin	37,90	13,47	11,19	24,66	13,24	35%
Vestido Rosa Café Renda PD	59,90	11,03	17,69	28,72	31,18	52%
Vestido Rosa Café Cotton Satin Modelo 2	72,90	27,11	21,53	48,64	24,26	33%

Fonte: Elaborado pelo autor (2013).

Após o cálculo das margens de contribuição em valor e em percentual foi possível identificar que as Blusas Rosa Café Crep Print Santa Ines, Rosa Café Elis, Beijo Doce Cetin Mellow e Rosa Café Renda PD oferecem as melhores margens da linha com 51 e 50% enquanto a blusa Rosa Café Suplex oferece a menor margem com apenas 20%.

Na linha saia, a Rosa Café Cotton Satin Span Modelo 2 oferece a melhor margem (44%) e as saias Café Ponto de Roma e Café Cotton Satin contribuem com as menores margens.

Na linha vestido, o Vestido Rosa Café Renda PD oferece uma margem de 52% enquanto que o Vestido Rosa Café Cotton Satin Modelo 2 contribui com a menor margem, de 33%.

Vale ressaltar a importância dessas informações para o administrador visto que se pode incrementar as vendas dos produtos que oferecem maior Margem de Contribuição.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A criação de programas e métodos de custo originou-se da necessidade de ferramentas baseadas nos custos para auxiliar a tomada de decisão, e também para uma demonstração mais eficaz de como é calculado o valor de custo e consequentemente o valor

de venda de cada produto. Para obtenção desses dados é fundamental possuir um sistema eficiente e de qualidade que garanta a veracidade das informações disponibilizadas pelo mesmo.

Os objetivos da pesquisa foram alcançados e identificou-se os produtos por linha que oferecem maior Margem de Contribuição para a empresa. Para isso foi necessário aplicar o custeio variável, classificar os gastos variáveis, identificar os preços de venda por produto e em seguida calcular a margem de Contribuição.

Durante a coleta de dados a proprietária da empresa informou que na coleção em estudo foram confeccionadas vinte e seis mil peças, sendo distribuídas nas linhas de produção. Comentou também que a empresa faz a venda com o preço fornecido, e que não há sobras, porém ao chegar o fim da coleção, sobraram mil e seiscentas unidades, esse lote foi arrematado por um cliente da região, que faz a compra dessas sobras por um preço um pouco inferior, desse modo reduzindo a rentabilidade dos produtos devido a esse desconto proporcionado. Informou ainda que nesta coleção em estudo aproximadamente 60% da produção foi para a linha de produtos blusas, pois possui um mix de cerca de noventa e sete modelos, sendo a maior linha em volume. Porém não houve identificação desse volume por produto.

Após a obtenção dos dados observou-se que a linha que oferece maior margem de contribuição para a empresa é a de vestidos, em segundo lugar a de blusas e por último a de saias. Porém, não se pode opinar sobre a lucratividade em razão do desconhecimento do volume de venda por produto, pois um determinado produto pode apresentar uma margem de contribuição unitária alta e ter um baixo volume de venda e vice versa.

A empresa possui produtos de diversos preços, alguns maiores outros menores, por isso não se pode afirmar que os produtos que possuem maior valor agregado são os que geram maior lucratividade, dessa forma a empresa pode desenvolver um estudo mais específico, no caso a análise custo/volume/lucro confrontando a margem de contribuição unitária com o volume de venda para definir as linhas a serem produzidas e assim aumentar a lucratividade.

Durante a pesquisa nota-se que é fundamental para o ramo de confecções a utilização de um sistema detalhado, como por exemplo, o desta empresa, assim é possível visualizar os custos incidentes do produto.

Como a empresa em estudo ainda não possuía nenhuma informação obtida a partir da aplicação de método científico, os dados referentes à Margem de Contribuição dos produtos

por linha pode servir de parâmetro para essa e outras empresas do mesmo ramo de atividade e do mesmo porte.

O estudo deixa em aberto algumas lacunas que podem ser utilizadas como base para próximas pesquisas, como a identificação do volume de venda por produto e dos gastos fixos, para que se possa obter dados relativos à lucratividade, produtividade e análise/custo/volume/lucro (ponto de equilíbrio, margem de segurança e alavancagem).

REFERÊNCIAS

Análise e Planejamento Financeiro – Manual do Participante. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresa – Sebrae. Brasília, 2011.

BORNIA, Antonio Cezar. **Análise Gerencial de Custos**. São Paulo: Artmed Editora S.A., 2002.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Contabilidade Gerencial: teoria e prática**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

COSTA, Julio Cesar Silva; SILVA, Luciana Mesquita. Ponto de inflexão e risco: complementando a Análise da Relação Custo/Volume/Lucro. **Revista Brasileira de Contabilidade**, Brasília DF, nº169, janeiro/fevereiro 2008, p.69.

DERBECK, Edward J. Van; NAGY, Charles F. **Contabilidade de custos**. 11. ed. São Paulo: Thomson, 2001.

EMBRAPA, Disponível em:

<<http://www.alice.cnptia.embrapa.br/bitstream/doc/869098/1/TeseDoutJoaoCesarDLFleiteira.s.pdf>> Acesso em: 19 fev. 2014.

GITMAN, Lawrence Jeffrey. **Princípios de administração financeira**. 10. ed. São Paulo: Pearson, 2004.

HORNGREN, Charles T.; FOSTER, George; DATAR, Srikant M. **Contabilidade de custos**. 9. ed. Rio de Janeiro. 1997

HORNGREN, C. T.; et al. Cost accounting: a managerial emphasis. New Jersey: Prentice-Hall, 1999.

HOJI, Masakazu. **Administração financeira: uma abordagem prática: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, análise, planejamento e controle financeiro**.

4. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

HENDRIKSEN, Eldon , VAN BREDa, Michael. **Teoria da Contabilidade**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Contabilidade gerencial**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

_____. **Análise de Balanços**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 1995

_____. **Teoria da Contabilidade**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

JIAMBALVO, James. **Contabilidade gerencial**. Trad. Tatiana Carneiro Quírico. Rio de Janeiro: LTC, 2002.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MAHER, Michael. **Contabilidade de Custos: Criando valor para a Administração**. São Paulo: Atlas, 2001.

MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2000.

_____. **Contabilidade de Custos**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MATTOS, José Geraldo. SAC – **Sistema de Apuração de Custos**. Disponível em: <<http://www.gea.org.br/scf/mensur.doc>>. Acesso em: 14 ago. 2014.

MATARAZZO, Dante Carmine. **Análise financeira de balanços**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1997.

_____. **Análise Financeira de balanços**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MORSE W. J; ROTH H. P. Cost Accounting: Processing, Evaluating and Using Cost Data. Florida: Addison-Wesley Publishing Company, 1986.

NASCIMENTO, Jonilton Mendes do. **Custos: planejamento, controle e gestão na economia globalizada**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

NETO, Oscar Guimarães. **Análise de Custos**. Curitiba. IESDE Brasil S.A., 2008.

NORONHA, J. F. et al. **Análise da rentabilidade da atividade leiteira no Estado de Goiás**. Goiânia: UFG, 2001. 106 p.

PEDROSA, CARLOS JOSÉ. **Contabilidade como instrumento de gestão** Revista Contábil & Empresarial Fiscolegis, 2006.

PEREZ JUNIOR, José Hernandez; OLIVEIRA, Luís Martins; COSTA, Rogério Guedes. **Gestão Estratégica de Custos**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

SANTOS, Joel J. **Análise de custos: remodelando com ênfase para sistema de custeio marginal, relatórios e estudos de caso**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

SANTOS, Roberto Vatan. **Planejamento do “target-price” Segundo o Enfoque da Gestão Econômica**. Revista Brasileira de Custos. São Leopoldo. V1. 1. semestre, 1999.

SEBRAE, Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/customizado/uasf/gestao-financeira/analise-financeira/4_lucratividade.pdf>. Acesso em: 19 fev. 2014.

SOUZA, Célio Pereira. **Historia da confecção no Brasil**. Disponível em: <<http://www.artigos.com/artigos/humanas/historia/historia-da-confeccao-no-brasil-27878/artigo/#.UhJ-7tJJPNU>>. Acesso em: 16 ago. 2013.

VIANA, Hebert Ricardo Garcia. **Lições preliminares sobre custos industriais**. 1 ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

ZANLUCA, Júlio César. **Manual de Contabilidade Gerencial**. Disponível em: <<http://www.portaldecontabilidade.com.br/tematicas/gestaocontabil.htm>>. Acesso em: 15 agos 2013.

APÊNDICE

Apêndice I - Tabela completa de formação do custo.

Produto	Materia Prima	Mão de Obra	Acabamento	Custo
Blusa Beijo Doce Malha Vis UP	3,53	2,35	0,10	5,98
Blusa Beijo Doce Flame.Com	3,16	2,36	0,10	5,62
Blusa Beijo Doce Sttile	4,10	2,50	0,10	6,70
Blusa Beijo Doce Flame.Com Moledo 2	3,08	2,04	0,10	5,22
Blusa Beijo Doce Vis Up Light New	4,48	2,01	0,10	6,59
Blusa Beijo Doce Vis Up Light New Medelo 2	4,92	2,21	0,10	7,23
Blusa Beijo Doce Cotton Zen	5,12	1,98	0,90	8,00
Blusa Rosa Café Crep Print	5,31	4,33	0,25	9,89
Blusa Beijo Doce Malha Vis UP Modelo 2	4,59	2,05	0,10	6,74
Blusa Beijo Doce Malha Vis Up	3,71	1,76	0,10	5,57
Blusa Beijo Doce Malha Vis Up	3,86	2,10	0,10	6,06
Blusa Beijo Doce Malha Visp Up	3,24	2,01	0,10	5,35
Blusa Beijo Doce Devore Molhado e Malha Vis Up	3,88	1,20	0,10	5,18
Blusa Rosa Café Crep Print Santa Ines	4,79	1,91	0,25	6,95
Blusa Rosa Café Soneto Flame Modal	5,67	2,42	0,10	8,19
Blusa Rosa Café Vis Up Light New Modelo 2	5,07	2,61	0,10	7,78
Blusa Rosa Café Elis	5,31	1,40	0,10	6,81
Blusa Rosa Café Voil Viscose	6,21	5,17	0,65	12,03
Blusa Rosa Café Petit Grunge	7,29	1,82	0,10	9,21
Blusa Rosa Café Malha Vis Up	5,06	2,10	0,10	7,26
Blusa Rosa Café Malha Vis Up Modelo 2	4,89	1,82	0,10	6,81
Blusa Rosa Café Crepe Italy	7,57	2,86	0,25	10,68
Blusa Rosa Café Transparence Cashimir	5,60	2,35	0,10	8,05
Blusa Rosa Café Crepe Italy Modelo 2	7,85	3,97	0,45	12,27
Blusa Rosa Café Malha Vis Up	5,20	2,06	0,10	7,36
Blusa Rosa Café Malha Vis Up	6,78	1,88	2,10	10,76
Blusa Rosa Café Crepe Santa Ines	5,38	2,80	0,25	8,43
Blusa Rosa Café Slub Silky Texprima	4,93	4,17	0,70	9,80
Blusa Rosa Café Chiffon	5,35	4,39	0,70	10,44
Blusa Rosa Café Malha Vis Up	4,17	2,46	0,10	6,73
Blusa Rosa Café Devore Molhado	5,11	2,12	0,10	7,33
Blusa Rosa Café Maiorca	5,78	2,11	0,10	7,99
Blusa Rosa Café Lian	5,16	3,53	0,10	8,79
Blusa Rosa Café Solares	6,89	2,63	0,10	9,62
Blusa Rosa Café Devore Molhado Modelo 2	5,71	1,97	0,10	7,78
Blusa Rosa Café Vis Up Light New Modelo 3	5,77	2,28	0,25	8,30
Blusa Rosa Café Crep Print	5,07	4,23	0,25	9,55
Blusa Rosa Café Regata Monise	5,83	2,42	0,10	8,35
Blusa Rosa Café Regata Monise modelo 2	5,30	2,32	0,10	7,72

Continuação...	4,94	2,71	0,10	7,75
Blusa Rosa Café Flame.com				
Blusa Rosa Café Flame.com Modelo 2	4,29	1,02	6,10	11,41
Blusa Beijo Doce Malha Vis Up	4,15	2,65	0,10	6,90
Blusa Beijo Doce Sottile	4,00	1,83	0,10	5,93
Blusa Rosa Café Sotile	3,84	1,55	0,10	5,49
Blusa Beijo Doce Sottile modelo 2	3,99	2,04	0,10	6,13
Blusa Beijo Doce Sottile modelo 3	4,17	1,74	0,10	6,01
Blusa Beijo Doce Sottile modelo 4	4,19	1,92	0,10	6,21
Blusa Beijo Doce Cetin Mellow	2,62	1,81	0,10	4,53
Blusa Rosa Café Voil de Viscose	7,28	4,95	0,25	12,48
Blusa Beijo Doce Sottile	4,20	2,00	0,10	6,30
Blusa Beijo Doce Sottile	3,80	2,27	0,10	6,17
Blusa Rosa Café Solares Modelo 2	7,30	1,86	0,10	9,26
Blusa Rosa Café Silk Biscuit	4,73	3,83	0,25	8,81
Blusa Rosa Café Chiffon Stripe	14,98	3,36	0,75	19,09
Blusa Beijo Doce Vis Up Light New	4,65	2,19	0,10	6,94
Blusa Beijo Doce Vis Up Light New Medelo 3	5,15	2,57	0,10	7,82
Blusa BeijoDoce Vis Up Light New Modelo 4	4,49	1,99	0,10	6,58
Blusa Rosa Café Vis Up Light New Modelo 5	5,90	1,85	0,10	7,85
Blusa Rosa Café Flame.com Modelo 3	5,53	1,59	1,59	8,71
Blusa Rosa Café Chiffom Yoriu	6,61	1,91	0,25	8,77
Blusa Rosa Café Crepe Italy Modelo 3	6,97	4,11	4,22	15,30
Blusa Rosa Café Choffon Uragiri	8,37	5,05	0,50	13,92
Blusa Rosa Café Manga Vis Up	5,08	1,85	0,10	7,03
Blusa Rosa Café Manga Vis Up Modelo 2	5,86	2,13	0,10	8,09
Blusa Rosa Café Regata Vis Up	4,63	0,61	0,10	5,34
Blusa Rosa Café Manga Vis Up Modelo 3	5,57	2,22	0,10	7,89
Blusa Beijo Doce Vis Up	5,59	1,34	0,10	7,03
Blusa Beijo Doce Solares	5,00	2,13	0,10	7,23
Blusa Rosa Café Malha Vis Up Modelo 4	7,10	2,73	0,60	10,43
Blusa Rosa Café Malha Vis Up Modelo 5	6,67	2,87	0,10	9,64
Blusa Beijo Doce Malha Vis Up	4,59	2,05	0,10	6,74
Blusa Beijo Doce Malha Vis Up Modelo 3	3,86	2,10	0,10	6,06
Blusa Beijo Doce Maiorca	4,74	1,74	0,15	6,63
Blusa Beijo Doce Maiorca Modelo 2	5,13	1,39	0,10	6,62
Blusa Beijo Doce Maiorca Modelo 3	4,74	1,84	0,10	6,68
Blusa Beijo Doce Elis	8,08	1,27	0,10	9,45
Blusa Rosa Café Manga Legging	8,23	2,16	0,10	10,49
Blusa Rosa Café Chiffon London	8,99	6,16	0,90	16,05
Blusa Rosa Café Viscose Jaquard	9,25	4,46	0,35	14,06
Blusa Beijo Doce Transparence Cashimir	5,12	1,88	0,10	7,10
Blusa Rosa Café Malha Vis Up	5,20	2,06	0,10	7,36

Continuação...

Blusa Beijo Doce Transparence Cashimir Modelo 2	6,87	1,58	0,10	8,55
Blusa Beijo Doce Transparence Cashimir Modelo 3	5,86	1,77	0,10	7,73
Blusa Rosa Café Petit Grunge e Malha Visp Up	7,31	1,93	0,25	9,49
Blusa Beijo Doce Petit Grunge Modelo 2	5,17	1,41	0,10	6,68
Blusa Beijo Doce Devore Molhado e Malha Vis UpMod.2	5,20	2,44	0,10	7,74
Blusa Rosa Café Silk Chiffon Satin	5,73	2,84	0,10	8,67
Blusa Rosa Café Renda PD	5,33	2,67	0,10	8,10
Blusa Rosa Café malha Vis Up	4,89	1,82	0,10	6,81
Blusa Rosa Café Silk Chiffon	6,13	2,19	0,25	8,57
Blusa Rosa Café Suplex	8,90	1,11	0,10	10,11
Blusa Rosa Café Silk Chiffon Satin	5,65	3,55	0,75	9,95
Blusa Rosa café Silk Chiffon Satin Modelo 2	9,26	5,40	0,85	15,51
Blusa Rosa Café Devore	5,16	1,86	0,10	7,12
Blusa Devore Molhado e Malha Vis Up	5,20	2,44	0,10	7,74
Blusa Beijo Doce Peti Grunge	5,17	1,41	0,10	6,68
Saia Rosa Café Vis Up Light New	12,49	2,17	0,10	14,76
Saia Rosa Café Vis Up Light New Modelo 2	10,13	1,93	0,10	12,16
Saia Rosa Café Voil Nature	11,02	4,44	0,25	15,71
Saia Rosa Café Satin	6,90	3,88	0,25	11,03
Saia Rosa Café Cotton Satin	8,18	3,92	0,25	12,35
Saia Rosa Café Ponto de Roma	10,02	3,84	0,25	14,11
Saia Rosa Café Cotton Satin Span	10,57	3,60	0,10	14,27
Saia Rosa Café Cotton Satin Span Modelo 2	6,27	3,96	0,25	10,48
Saia Rosa Café Cotton Satin Span Modelo 3	6,49	4,08	0,25	10,82
Saia Rosa Cefé Cotton Satin	10,67	2,55	0,25	13,47
Vestido Rosa Café Malha de Vis Up e Lantejola	17,07	2,90	0,25	20,22
Vestido Rosa Café Bizantino	12,57	5,90	0,30	18,77
Vestido Rosa Café Malha Dirk Prime	10,90	4,34	0,10	15,34
Vestido Rosa Café Cotton Satin Span	11,92	5,40	0,25	17,57
Vestido Rosa Café Lace Crochet Foil	15,03	5,66	0,25	20,94
Vestido Rosa Café Renda PD	7,87	2,91	0,25	11,03
Vestido Rosa Café Cotton Satin	14,45	5,86	0,25	20,56
Vestido Rosa Café Cotton Satin Modelo 2	14,47	5,29	0,25	20,01
Vestido Rosa Café Cotton Satin Modelo 3	11,66	5,60	0,25	17,51
Vestido Rosa Café Crepe Italy	12,96	6,70	0,30	19,96
Vestido Rosa Café Crepe Italy Modelo 2	14,08	6,19	0,30	20,57
Vestido Rosa Café Cotton Satin Span Modelo 4	11,90	5,56	0,30	17,76
Vestido Rosa Café Cotton Satin Span Modelo 5	11,46	6,90	0,25	18,61
Vestido Rosa Café Voil Nature	11,75	6,38	0,25	18,38
Vestido Rosa Café Cotton Satin Modelo 2	19,97	6,89	0,25	27,11

Apêndice II – Tabela do cálculo da margem de contribuição

Produto	Preço de venda	Custo total und	Despesas variáveis (impostos e comissões sobre vendas)	Gastos variáveis	Margem de Contribuição \$	Margem de Contribuição %
Blusa Beijo Doce Malha Vis UP	20,90	5,98	6,17	12,15	8,75	42%
Blusa Beijo Doce Flame.Com	19,90	5,62	5,88	11,50	8,40	42%
Blusa Beijo Doce Sttile	22,90	6,70	6,76	13,46	9,44	41%
Blusa Beijo Doce Flame.Com Moledo 2	18,90	5,22	5,58	10,80	8,10	43%
Blusa Beijo Doce Vis Up Light New	20,90	6,59	6,17	12,76	8,14	39%
Blusa Beijo Doce Vis Up Light New Medelo 2	20,90	7,23	6,17	13,41	7,49	36%
Blusa Beijo Doce Cotton Zen	19,90	8,00	5,88	13,87	6,03	30%
Blusa Rosa Café Crep Print	39,90	9,89	11,78	21,67	18,23	46%
Blusa Beijo Doce Malha Vis UP Modelo 2	19,90	6,74	5,88	12,62	7,28	37%
Blusa Beijo Doce Malha Vis Up	19,90	5,57	5,88	11,45	8,45	42%
Blusa Beijo Doce Malha Vis Up	19,90	6,06	5,88	11,93	7,97	40%
Blusa Beijo Doce Malha Visp Up	19,90	5,35	5,88	11,23	8,67	44%
Blusa Beijo Doce Devore Molhado e Malha Vis Up	19,90	5,18	5,88	11,05	8,85	44%
Blusa Rosa Café Crep Print Santa Ines	35,90	6,95	10,60	17,55	18,35	51%
Blusa Rosa Café Soneto Flame Modal	27,90	8,19	8,24	16,43	11,47	41%
Blusa Rosa Café Vis Up Light New Modelo 2	24,90	7,78	7,35	15,13	9,77	39%
Blusa Rosa Café Elis	32,90	6,81	9,72	16,52	16,38	50%
Blusa Rosa Café Voil Viscose	49,90	12,03	14,74	26,76	23,14	46%
Blusa Rosa Café Petit Grunge	31,90	9,21	9,42	18,63	13,27	42%
Blusa Rosa Café Malha Vis Up	24,90	7,26	7,35	14,61	10,29	41%
Blusa Rosa Café Malha Vis Up Modelo 2	23,90	6,81	7,06	13,87	10,03	42%
Blusa Rosa Café Crepe Italy	36,90	10,68	10,90	21,58	15,32	42%
Blusa Rosa Café Transparence Cashimir	25,90	8,05	7,65	15,70	10,20	39%
Blusa Rosa Café Crepe Italy Modelo 2	39,90	12,27	11,78	24,05	15,85	40%
Blusa Rosa Café Malha Vis Up	24,90	7,36	7,35	14,71	10,19	41%
Blusa Rosa Café Malha Vis Up	28,90	10,76	8,53	19,29	9,61	33%
Blusa Rosa Café Crepe Santa Ines	38,90	8,43	11,49	19,92	18,98	49%
Blusa Rosa Café Slub Silky Texprima	39,90	9,80	11,78	21,59	18,31	46%
Blusa Rosa Café Chiffon	43,90	10,44	12,96	23,41	20,49	47%
Blusa Rosa Café Malha Vis Up	22,00	6,73	6,50	13,22	8,78	40%
Blusa Rosa Café Devore Molhado	25,90	7,33	7,65	14,98	10,92	42%
Blusa Rosa Café Maiorca	23,90	7,99	7,06	15,04	8,86	37%
Blusa Rosa Café Lian	29,90	8,79	8,83	17,62	12,28	41%
Blusa Rosa Café Solares	28,90	9,62	8,53	18,15	10,75	37%
Blusa Rosa Café Devore Molhado Modelo 2	22,90	7,78	6,76	14,55	8,35	36%
Blusa Rosa Café Vis Up Light New Modelo 3	23,90	8,30	7,06	15,36	8,54	36%

Continuação...

Blusa Rosa Café Crep Print	42,90	9,55	12,67	22,22	20,68	48%
Blusa Rosa Café Regata Monise	23,90	8,35	7,06	15,40	8,50	36%
Blusa Rosa Café Regata Monise modelo 2	23,90	7,72	7,06	14,78	9,12	38%
Blusa Rosa Café Flame.com	24,90	7,75	7,35	15,10	9,80	39%
Blusa Rosa Café Flame.com Modelo 2	29,90	11,41	8,83	20,24	9,66	32%
Blusa Beijo Doce Malha Vis Up	22,90	6,90	6,76	13,66	9,24	40%
Blusa Beijo Doce Sottile	19,90	5,93	5,88	11,80	8,10	41%
Blusa Rosa Café Sotile	22,90	5,49	6,76	12,25	10,65	47%
Blusa Beijo Doce Sottile modelo 2	19,90	6,13	5,88	12,00	7,90	40%
Blusa Beijo Doce Sottile modelo 3	19,90	6,01	5,88	11,88	8,02	40%
Blusa Beijo Doce Sottile modelo 4	21,90	6,21	6,47	12,68	9,22	42%
Blusa Beijo Doce Cetin Mellow	21,90	4,53	6,47	10,99	10,91	50%
Blusa Rosa Café Voil de Viscose	43,90	12,48	12,96	25,45	18,45	42%
Blusa Beijo Doce Sottile	20,90	6,30	6,17	12,48	8,42	40%
Blusa Beijo Doce Sottile	20,90	6,17	6,17	12,34	8,56	41%
Blusa Rosa Café Solares Modelo 2	27,90	9,26	8,24	17,50	10,40	37%
Blusa Rosa Café Silk Biscuit	41,90	8,81	12,37	21,18	20,72	49%
Blusa Rosa Café Chiffon Stripe	49,90	19,09	14,74	33,82	16,08	32%
Blusa Beijo Doce Vis Up Light New	21,90	6,94	6,47	13,41	8,49	39%
Blusa Beijo Doce Vis Up Light New Medelo 3	21,90	7,82	6,47	14,29	7,61	35%
Blusa BeijoDoce Vis Up Light New Modelo 4	20,90	6,58	6,17	12,75	8,15	39%
Blusa Rosa Café Vis Up Light New Modelo 5	24,90	7,85	7,35	15,20	9,70	39%
Blusa Rosa Café Flame.com Modelo 3	23,90	8,71	7,06	15,77	8,13	34%
Blusa Rosa Café Chiffom Yoriu	26,90	8,77	7,94	16,72	10,18	38%
Blusa Rosa Café Crepe Italy Modelo 3	41,90	15,30	12,37	27,67	14,23	34%
Blusa Rosa Café Choffon Uragiri	42,90	13,92	12,67	26,59	16,31	38%
Blusa Rosa Café Manga Vis Up	19,90	7,03	5,88	12,90	7,00	35%
Blusa Rosa Café Manga Vis Up Modelo 2	20,90	8,09	6,17	14,26	6,64	32%
Blusa Rosa Café Regata Vis Up	18,90	5,34	5,58	10,92	7,98	42%
Blusa Rosa Café Manga Vis Up Modelo 3	18,90	7,89	5,58	13,47	5,43	29%
Blusa Beijo Doce Vis Up	15,90	7,03	4,70	11,73	4,17	26%
Blusa Beijo Doce Solares	20,90	7,23	6,17	13,40	7,50	36%
Blusa Rosa Café Malha Vis Up Modelo 4	28,90	10,43	8,53	18,97	9,93	34%
Blusa Rosa Café Malha Vis Up Modelo 5	35,90	9,64	10,60	20,24	15,66	44%
Blusa Beijo Doce Malha Vis Up	19,90	6,74	5,88	12,62	7,28	37%
Blusa Beijo Doce Malha Vis Up Modelo 3	19,90	6,06	5,88	11,93	7,97	40%
Blusa Beijo Doce Maiorca	20,90	6,63	6,17	12,80	8,10	39%
Blusa Beijo Doce Maiorca Modelo 2	18,90	6,62	5,58	12,20	6,70	35%
Blusa Beijo Doce Maiorca Modelo 3	19,90	6,68	5,88	12,56	7,34	37%
Blusa Beijo Doce Elis	22,90	9,45	6,76	16,21	6,69	29%
Blusa Rosa Café Manga Legging	29,90	10,49	8,83	19,32	10,58	35%
Blusa Rosa Café Chiffon London	49,90	16,05	14,74	30,79	19,11	38%
Blusa Rosa Café Viscose Jaquard	41,90	14,06	12,37	26,43	15,47	37%

Continuação...

Blusa Beijo Doce Transparence Cashimir	22,90	7,10	6,76	13,86	9,04	39%
Blusa Rosa Café Malha Vis Up	24,90	7,36	7,35	14,71	10,19	41%
Blusa Beijo Doce Transparence Cashimir Modelo 2	25,90	8,55	7,65	16,20	9,70	37%
Blusa Beijo Doce Transparence Cashimir Modelo 3	20,90	7,73	6,17	13,90	7,00	34%
Blusa Rosa Café Petit Grunge e Malha Visp Up	29,90	9,49	8,83	18,32	11,58	39%
Blusa Beijo Doce Petit Grunge Modelo 2	21,90	6,68	6,47	13,15	8,75	40%
Blusa Beijo Doce Devore Molhado e Malha Vis Up Modelo 2	22,90	7,74	6,76	14,50	8,40	37%
Blusa Rosa Café Silk Chiffon Satin	39,90	8,67	11,78	20,46	19,44	49%
Blusa Rosa Café Renda PD	39,90	8,10	11,78	19,88	20,02	50%
Blusa Rosa Café malha Vis Up	23,90	6,81	7,06	13,87	10,03	42%
Blusa Rosa Café Silk Chiffon	31,90	8,57	9,42	17,99	13,91	44%
Blusa Rosa Café Suplex	19,90	10,11	5,88	15,98	3,92	20%
Blusa Rosa Café Silk Chiffon Satin	36,90	9,95	10,90	20,84	16,06	44%
Blusa Rosa café Silk Chiffon Satin Modelo 2	48,90	15,51	14,44	29,95	18,95	39%
Blusa Rosa Café Devore	25,90	7,12	7,65	14,77	11,13	43%
Blusa Devore Molhado e Malha Vis Up	22,90	7,74	6,76	14,50	8,40	37%
Blusa Beijo Doce Peti Grunge	21,90	6,68	6,47	13,15	8,75	40%
Saia Rosa Café Vis Up Light New	42,90	14,76	12,67	27,43	15,47	36%
Saia Rosa Café Vis Up Light New Modelo 2	34,90	12,16	10,31	22,47	12,43	36%
Saia Rosa Café Voil Nature	49,90	15,71	14,74	30,44	19,46	39%
Saia Rosa Café Satin	37,90	11,03	11,19	22,22	15,68	41%
Saia Rosa Café Cotton Satin	40,90	12,35	12,08	24,43	16,47	40%
Saia Rosa Café Ponto de Roma	39,90	14,11	11,78	25,90	14,00	35%
Saia Rosa Café Cotton Satin Span	41,90	14,27	12,37	26,64	15,26	36%
Saia Rosa Café Cotton Satin Span Modelo 2	39,90	10,48	11,78	22,26	17,64	44%
Saia Rosa Café Cotton Satin Span Modelo 3	38,90	10,82	11,49	22,31	16,59	43%
Saia Rosa Café Cotton Satin	37,90	13,47	11,19	24,66	13,24	35%
Vestido Rosa Café Malha de Vis Up e Lantejoulas	69,90	20,22	20,64	40,86	29,04	42%
Vestido Rosa Café Bizantinho	69,90	18,77	20,64	39,41	30,49	44%
Vestido Rosa Café Malha Dirk Prime	59,90	15,34	17,69	33,03	26,87	45%
Vestido Rosa Café Cotton Satin Span	69,90	17,57	20,64	38,21	31,69	45%
Vestido Rosa Café Lace Crochet Foil	79,90	20,94	23,59	44,53	35,37	44%
Vestido Rosa Café Renda PD	59,90	11,03	17,69	28,72	31,18	52%
Vestido Rosa Café Cotton Satin	72,90	20,56	21,53	42,09	30,81	42%
Vestido Rosa Café Cotton Satin Modelo 2	69,90	20,01	20,64	40,65	29,25	42%
Vestido Rosa Café Cotton Satin Modelo 3	69,90	17,51	20,64	38,15	31,75	45%
Vestido Rosa Café Crepe Italy	79,90	19,96	23,59	43,55	36,35	45%
Vestido Rosa Café Crepe Italy Modelo 2	72,90	20,57	21,53	42,09	30,81	42%
Vestido Rosa Café Cotton Satin Span Modelo 4	72,90	17,76	21,53	39,29	33,61	46%
	72,90	18,61	21,53	40,14	32,76	45%

Continuação...

Vestido Rosa Café Cotton Satin Span Modelo 5

Vestido Rosa Café Voil Nature	72,90	18,38	21,53	39,91	32,99	45%
Vestido Rosa Café Cotton Satin Modelo 2	72,90	27,11	21,53	48,64	24,26	33%